

SKRIPSI

MEYLANIE IVANA

**ANALISIS SIKAP PENDENGAR TERHADAP
RADIO SUARA SURABAYA FM**



0698/05
1 November 2004
FE-a
FE-m
Iva
a-1
1(satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2004

ANALISIS SIKAP PENDENGAR TERHADAP

RADIO SUARA SURABAYA FM

SKRIPSI

diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

MEYLANIE IVANA

3103000041

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

JUNI 2004

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI
ANALISIS SIKAP PENDENGAR TERHADAP
RADIO SUARA SURABAYA FM

OLEH:
MEYLANIE IVANA

3103000041

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM PENGUJI



Pembimbing I,

Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM



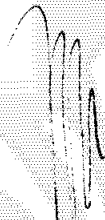
Pembimbing II,

Anna Triwijavati, SE, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Meylanie Ivana NRP: 3103000041
Telah diuji pada tanggal 13 Juli 2004 dan dinyatakan **LULUS** oleh Ketua Tim
Penguji:

Ketua Tim Penguji



Arini SE, MM


Mengetahui,

Dekan.

Ketua Jurusan.



Drs. Simon Hariyanto, Ak.



Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM

KATA PENGANTAR

Puji Syukur yang mendalam atas segala berkat yang telah diberikan Tuhan Yesus Kristus penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan memenuhi semua kewajiban belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena kemampuan penulis yang terbatas. Untuk itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun dan mendorong kearah kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari banyak pihak, baik bantuan moril maupun sumbang pikir yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi hingga selesai. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Simon Hariyanto, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan juga selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Anna Triwijayati, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar dan sepenuh hati meluangkan waktu, pikiran, tenaga, pikiran

serta perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberi bekal pengetahuan dan membantu penulis selama mengikuti kuliah.
5. Para petugas Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Papa, Mama dan saudaraku tercinta yang selalu memberikan dorongan baik moril, materiil, dan doa untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabatku Anggraini, Yuliati, Gretchen, Emilia, Caroline, dan Natalia yang telah membantu serta memberikan dorongan semangat dan doa kepada penulis.
8. Secara khusus untuk kekasihku Freddy yang telah membantu dalam pengumpulan data, pengetikan dan banyak lagi, terima kasih.

Semoga Bapa yang Maha Pengasih selalu melimpahkan kasih-Nya kepada mereka semua. Akhir kata penulis mengharapkan agar penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan masukan bagi semua pihak khususnya bagi perusahaan.

Surabaya, Juni 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel.....	vi
Abstraksi.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Sistematika Skripsi.....	3
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	5
2.1. Landasan Teori.....	5
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	5
2.1.2. Teori Sikap.....	6
2.1.3. Karakteristik Sikap	6
2.1.4. Pembentukan Sikap	7
2.1.5. Model-model Pengukuran Sikap.....	8
2.1.6. Sikap Terhadap Keunggulan Suatu Perusahaan Jasa	12
2.2. Hipotesis.....	16

BAB 3	METODE PENELITIAN.....	17
3.1.	Desain Penelitian.....	17
3.2.	Identifikasi Variabel.....	17
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	18
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	19
3.5.	Pengukuran Data.....	20
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	21
3.7.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.8.	Teknik Pengambilan Data.....	23
3.9.	Teknik Analisis Data.....	23
3.10.	Pengujian Hipotesis.....	24
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	25
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	25
4.1.2.	Misi dan Tujuan Perusahaan.....	26
4.1.3.	Perlengkapan Siaran.....	26
4.1.4.	Jangkauan Siaran.....	28
4.1.5.	Aktivitas Radio Siaran.....	28
4.1.6.	Aktivitas <i>On Air</i>	29
4.1.7.	Aktivitas <i>Off Air</i>	29
4.2.	Deskripsi Data.....	29
4.2.1.	Deskripsi Responden.....	29

4.2.2.	Keyakinan Terhadap Stasiun Radio Secara Umum	31
4.2.3.	Evaluasi Terhadap Radio Suara Surabaya	36
4.3.	Analisis Data	41
4.4.	Uji Hipotesis.....	51
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1.	Simpulan.....	54
5.2.	Saran.....	54
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Usia Responden.....	30
4.2. Jenis Kelamin Responden.....	30
4.3. Keyakinan Terhadap <i>Professionalism and Skills</i> Stasiun Radio Secara Umum.....	31
4.4. Keyakinan Terhadap <i>Attitudes and Behaviour</i> Stasiun Radio Secara Umum.....	32
4.5. Keyakinan Terhadap <i>Accessibility and Flexibility</i> Stasiun Radio Secara Umum.....	33
4.6. Keyakinan Terhadap <i>Reliability and Trustworthiness</i> Stasiun Radio Secara Umum.....	34
4.7. Keyakinan Terhadap <i>Recovery</i> Stasiun Radio Secara Umum.....	35
4.8. Keyakinan Terhadap <i>Reputation and Credibility</i> Stasiun Radio Secara Umum.....	36
4.9. Evaluasi Terhadap <i>Professionalism and Skills</i> Radio Suara Surabaya.....	37
4.10. Evaluasi Terhadap <i>Attitudes and Behaviour</i> Radio Suara Surabaya.....	37
4.11. Evaluasi Terhadap <i>Accessibility and Flexibility</i> Radio Suara Surabaya.....	38
4.12. Evaluasi Terhadap <i>Reliability and Trustworthiness</i> Radio Suara Surabaya.....	39
4.13. Evaluasi Terhadap <i>Recovery</i> Radio Suara Surabaya.....	40
4.14. Evaluasi Terhadap <i>Reputation and Credibility</i> Radio Suara Surabaya.....	41
4.15. Analisis Fishbein Pendengar Aktif Secara Umum.....	42

Tabel		Halaman
4.16.	Analisis Fishbein Pendengar Aktif Secara Individu.....	43
4.17.	Analisis Fishbein Pendengar Tidak Aktif Secara Umum.....	47
4.18.	Analisis Fishbein Pendengar Tidak Aktif Secara Individu....	48



ABSTRAKSI

Radio selain sebagai media informasi juga berfungsi sebagai media hiburan, promosi, kebudayaan, dan bahkan media pendidikan. Keunggulan radio dibanding dengan media lain, seperti surat kabar, televisi, dan bahkan internet adalah kemudahannya dinikmati dengan tetap melakukan aktivitas yang lain, karena radio dinikmati melalui pendengaran (auditif). Pendengar dapat menikmati siaran radio sambil mengendarai mobil, belajar atau mengerjakan tugas lain, mandi, memasak, dan masih banyak yang lain. Hal ini berbeda dengan surat kabar, televisi, dan bahkan internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap pendengar aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM, sikap pendengar tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM, dan perbedaan antara sikap pendengar aktif dengan yang tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang dapat diukur secara langsung atau dinilai dengan angka. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari evaluasi dan keyakinan pendengar terhadap atribut stasiun Radio Suara Surabaya FM yang diajukan, yaitu terhadap *professionalism and skills, attitudes and Behaviour, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, recovery, dan reputation and credibility* Radio Suara Surabaya FM. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pendengar yang aktif dan tidak aktif dalam segala acara kegiatan Radio Suara Surabaya FM. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan mengutip data yang sudah ada Radio Suara Surabaya FM, antara lain jumlah dan jenis karyawan, data pendengar yang aktif dalam program acara Radio Suara Surabaya FM, baik program acara *on air* maupun *off air*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diketahui bahwa sikap pendengar aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM sebagian besar adalah positif, sikap pendengar tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM sebagian besar adalah netral, dan hipotesis yang diajukan bahwa diduga ada perbedaan yang nyata antara sikap pendengar aktif dengan yang tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM, telah terbukti.